

RUSSIA

il mondo della moda

№12 aprile 2010



tessili abbigliamento calzature gioielli accessori cosmetici

L'attività commerciale è tornata, nelle strade e nei negozi di Mosca e delle altre grandi città della Russia, ai livelli pre-crisi. È un dato evidente, che si tocca con mano. C'è una voglia diffusa di riprendere un discorso che la crisi ha in qualche misura interrotto in modo brusco. Certo è che, forse, ci sono più speranze che certezze: ma già questo è un segnale che va colto nella sua interezza. Un anno fa ci dibattevamo in un quadro di prospettive – interne e internazionali – a tinte fosche e la fine del tunnel sembrava molto, molto lontana. Non è più così: decine di aziende internazionali hanno aperto o apriranno nei prossimi giorni propri punti vendita, con un ritmo da anni d'oro. Un messaggio di fiducia verso il mercato è un segnale di fiducia dal mercato. Oggi l'impegno deve tornare ad essere pieno e continuo, perché la crisi, come sempre accade, ha aperto nuovi orizzonti.

Roberto Pelo
Direttore ICE Mosca
Coordinatore Rete ICE nella Fed. Russa,
Armenia, Bielorussia e Turkmenistan



Ministero dello Sviluppo Economico

Questo numero è online su www.ice.it/lifestyle/LifeItaly_2010.htm

Moda



ITALIA 
Istituto nazionale per il Commercio Estero

Istituto nazionale per il Commercio Estero

Ufficio di Mosca
Mosca, 123610, Russia
Krasnopresnenskaja nab.12, entrata 3, 1202
Tel +7 495 967 02 75/7 Fax +7 495 967 02 74/9
mosca@ice.it www.ice.it/paesi/europa/russia

In questo numero:

- 2 ANCI Press Party
L'apertura della boutique di Alberta Ferretti
Nel cuore di Mosca apre Tretyakov Plaza
- 3 Presentazione del libro di Loro Piana a Mosca
Una carta di credito firmata Elle
- 4 Bottega Veneta in edizione limitata
N.I.C.E. Film Festival in Russia
- 5 Nuove regole per la certificazione dei prodotti
cosmetici
- 6 Tatjana Sorokko Style
Settimana della gioielleria a Mosca
- 7 Il franchising in Russia
- 8 Fiera della Moda a San Pietroburgo
- 9 In Russia nuove norme sulle attività commerciali
Obuv.Mir Kozhi 2010
- 10 Novità del mese
- 11 Vendite in crescita per Roberto Cavalli e
Salvatore Ferragamo
- 12 Affitti degli uffici
Le fiere russe; aprile-maggio 2010

ANCI PRESS PARTY

Si è tenuto il 24 marzo il tradizionale appuntamento primaverile moscovita dell'Associazione Nazionale Calzaturifici Italiana con un press party presso la Galleria d'arte moderna XL, IV Syromjatnickij pereulok 1/6, nella suggestiva cornice di Vinzavod, una vecchia area industriale ora riconvertita e dove si svolgono molti degli eventi di tendenza a Mosca. La presentazione delle nuove calzature made in Italy è stata, come al solito, inusuale: i nuovi modelli autunno-inverno 2010-2011 erano posizionati come delle pedine su una scacchiera interattiva.

Il momento più atteso della serata è stato l'intervento di Aldo Premoli, consulente esperto nel settore, che ha raccontato le tendenze che verranno e le fonti da cui esse attingono. Come esempio pratico, Premoli ha portato a Mosca un mini museo delle calzature, modelli provenienti dalle collezioni di tre diversi musei delle calzature prodotte in un periodo che va dal 1935 al 1980.

Gli invitati sono stati omaggiati da sculture "Il Re" e "La Regina" ordinate espressamente dalla press-room della A.N.C.I. allo scultore Sergej Shekhovtsov, presente anche all'ultima Biennale di Venezia.

L'APERTURA DELLA BOUTIQUE DI ALBERTA FERRETTI

Alberta Ferretti ha inaugurato il 7 marzo ai GUM la sua seconda boutique a Mosca, l'altra è a Petrovsky Passage. Nella boutique del noto marchio italiano a Mosca è possibile ora apprezzare le collezioni primavera-estate 2010 di Alberta Ferretti, Philosophy di AF e i modelli sposa Alberta Ferretti.

La donna Ferretti è la donna del presente. Cosmopolita, senza molte definizioni nazionali o caratteriali, che ha voglia di esprimere con eleganza anche il proprio lato sexy. Ma è una donna che ama il sexy-Ferretti, valorizza la personalità, rifugge la volgarità e quindi sa essere sexy in piena coerenza con la propria personalità. Ed estremamente elegante. Non a caso le star più famose di Hollywood come Meryl Streep, Charlize Theron, Claudia Shiffer, Marisa Tomei, Sandra Bullock e Nikole Kidman non mancano di indossare gli abiti di Alberta Ferretti nelle occasioni più importanti.

"Belle, consapevoli della loro individualità e unicità, le donne sicure di sé che non hanno paura di interagire con il mondo e di esprimerle attraverso i vestiti" - così Alberta Ferretti, titolare e designer del marchio, descrive la clientela tipica che acquista le sue creazioni.

NEL CUORE DI MOSCA APRE TRETYAKOV PLAZA

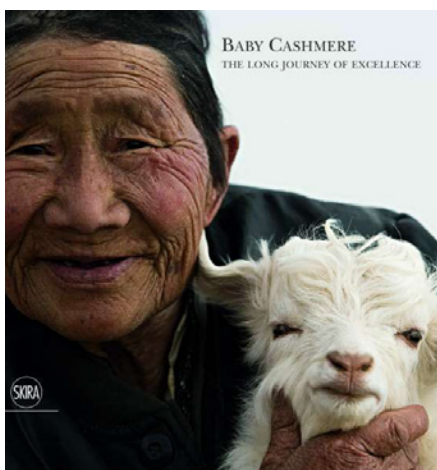
Lo scorso 20 marzo è avvenuta a Mosca, in via Nikolskaya 10, proprio di fronte al celebre Tretyakovskij Proezd, la fastosa cerimonia di inaugurazione delle gallerie commerciali di classe lusso del Tretyakov Plaza, situate nei locali del precedente centro commerciale "Sheremetevskij"; da qui il Cremlino è a due passi e nelle vie intorno è possibile imbattersi nelle migliori boutique e hotel di tutta Mosca. Si tratta peraltro dell'unico fra i centri commerciali presenti nella Fed. Russa ad essere amministrato dalla catena di hotel Kempiskij.

Il Tretyakov Plaza è riuscito a riunire nomi quali Manolo Blahnik, Vertu, Philip Plein, Loewe, Smania Casa, Sergio Bustamente, Je T'aime, Rodenstock e molti altri brand dello stesso livello dove, nella maggior parte dei negozi, sarà anche possibile ordinare liste nozze personalizzate.

I tre livelli del centro commerciale, per una superficie totale di oltre 5.000 mq, accolgono anche parcheggi sotterranei per i clienti VIP, lavanderie, fiorai e molto altro ancora. Molto presto verrà aperto un esclusivo karaoke bar.

PRESENTAZIONE DEL LIBRO DI

LORO PIANA A MOSCA



Il lussuoso hotel Barvikha ha ospitato il 13 marzo la presentazione del libro dell'azienda italiana Loro Piana "Baby Cashmere. The Long Journey of Excellence". Ha presentato il libro uno dei proprietari del brand, nonché presidente del gruppo, Sergio Loro Piana. L'evento era accompagnato da un buffet con prodotti italiani.

Loro Piana occupa un posto di primo piano nell'industria del lusso essendo uno dei gruppi leader nella produzione di cashmere e il maggior acquirente di tipi di lana rare e pregiate (il cashmere acquistato viene importato dalla Cina e dalla Mongolia, la lana di vigogna dal Perù mentre la lana merinos arriva dall'Australia e dalla Nuova Zelanda). E' da vent'anni che questo marchio offre linee di vestiario e accessori per uomo, donna e bambino, nonché mobili e accessori per la casa: il tutto prodotto negli stabilimenti Loro Piana e messo in vendita tramite una propria rete di negozi sia attraverso esercizi commerciali scelti.

Il "Baby Cashmere" viene ricavato dal sottopelo delle capre Hyrcus d'età compresa tra i 3 mesi e fino ad 1 anno; questa fibra è nota per essere particolarmente morbida e sottile (misura infatti dai 13 ai 13,5 micron contro i 14,5 del cashmere tradizionale). L'azienda Loro Piana, vista la ormai consolidata collaborazione avviata dal 1995 con gli allevatori mongoli e cinesi, è riuscita a persuadere i produttori affinché mettessero da parte durante ogni prima pettinatura un piccola pregiatissima quantità di lana, 30 gr. all'incirca, tenuto presente che per realizzare un maglione occorre il sottopelo di 19 capretti, mentre per un cappotto ne sono necessari 58. Nel 2007 il termine "Baby Cashmere" è diventato un marchio registrato sia in Italia che nel mondo intero.

Specialisti ed esperti di Loro Piana ogni anno, verso aprile-maggio, si recano in Mongolia per incontrare personalmente i pastori per concludere gli accordi, senza dimenticare di osservare gli antichi rituali e con il massimo rispetto per le tradizioni locali. Gli appunti degli ultimi viaggi sono stati appunto raccolti in un libro di 184 pagine divisi in 6 capitoli, dal titolo "Baby Cashmere; The Long Journey of Excellence". Curatori del volume sono stati, per le illustrazioni, Bruna Rotunno e per la supervisione Massimo Vitta Zelmann, presidente di Skira.

Il libro, in edizione limitata, è stato stampato in 20.000 copie e lo si può acquistare nelle boutique del marchio. Da ottobre 2009 il libro può essere anche trovato sugli scaffali delle maggiori librerie italiane. Dal 2010 è in vendita anche negli Stati Uniti.

UNA CARTA DI CREDITO FIRMATA **ELLE**

La rivista Elle, la banca Raiffaisen e Master Card hanno annunciato l'emissione di una nuova carta di credito con i 3 loghi in co-branding. La superficie della carta in rilievo darà la sensazione che sia rivestita di pelle di cocodrillo e ovviamente possederà tutti i benefici delle carte di credito classiche.

I titolari della carta, in caso di acquisti in negozi partner, beneficeranno di uno sconto fino al 30% mentre per il gentil sesso è previsto addirittura un benefit aggiuntivo, chiamato 'conciierge-lady', grazie al quale le signore saranno assistite in caso di problemi all'autovettura, nel cercare un taxi, nella scelta dei collaboratori domestici o nella cura degli animali di casa.

"Le tendenze mondiali nel co-branding dimostrano che un numero sempre maggiore di banche e di partner stanno cercando di rispondere alle esigenze individuali dei propri clienti", - afferma Ilja Rjabyj, capo rappresentanza Master Card in Russia. - "Per quanto riguarda il gentil sesso, non è un segreto affermare che sia il design della carta sia i servizi collegati ad essa assumono un significato importante: le signore vorranno sicuramente avere nel portafoglio una carta che non solo garantisca loro facilità nei pagamenti e servizi accessori ma che sia anche un oggetto di moda, che fa piacere usare e mostrare ogni giorno. Quindi, non ho dubbi nel dire che le opportunità offerte abbinate al design della carta Elle - Banca Raiffaisen - Master Card renderanno felici le donne alla moda. Tanto più che la carta è stata pensata apposta per loro. In più, noi speriamo che questo prodotto garantirà un'atmosfera particolare all'atto dell'acquisto delle merci".

La carta di credito Elle - Banca Raiffaisen - Master Card potrà essere richiesta a Mosca e a San Pietroburgo.

BOTTEGA VENETA IN EDIZIONE LIMITATA



L'azienda italiana Bottega Veneta ha presentato una sua nuova creazione, una borsa chiamata Limited Edition Moscow Clutch ed ispirata dalla tradizione russa. La borsa è a forma di busta, è capiente ed è creata su un disegno preso dall'archivio di Bottega Veneta: presentata per la prima volta nel 1993, è stata ora mostrata nuovamente al pubblico nella collezione primavera-estate 2010. Prodotta in edizione rigorosamente limitata in sole 30 unità, è messa in vendita a marzo nell'elegante ed esclusiva boutique del marchio in Tretyakovskij Proezd.

La Clutch Mosca è realizzata in Ayers con una vivace tonalità verde malachite. L'interno della borsa è in camoscio viola, cosa che contrasta piacevolmente con la parte esterna. La chiusura è in ottone in oro anticato con inserti in vera malachite. Il colore e il disegno richiamano alla memoria i mobili e gli interni di malachite della Russia imperiale: lo splendore della pelle, delicatamente lavorata, unita alla chiusura dorata e impreziosita ricordano le colonne, i pannelli murali e gli oggetti in malachite creati nel XIX secolo dagli artigiani russi.

"Duranti i quattro anni e mezzo di attività della nostra boutique in Russia, abbiamo conquistato la fedeltà di molti clienti, - afferma Tomas Maier, direttore creativo del marchio - a solo per loro abbiamo voluto creare questa borsa. Una delle qualità

di Bottega Veneta è il riuscire a creare borse particolari a tiratura limitata, in occasione di qualche celebrazione importante. La Clutch Mosca è proprio una di quelle borse."

Ogni esemplare è rigorosamente numerato: una placca in silver sterling posta all'interno della borsa riporta il numero di serie e il nome della boutique.

N.I.C.E. FILM FESTIVAL IN RUSSIA

Dopo l'America tocca alla Russia ospitare la XIX edizione del N.I.C.E., il Festival del cinema italiano di nuova generazione che ha toccato Mosca (dal 4 all'8 marzo) e San Pietroburgo (dal 6 al 13 marzo) rispettivamente per il 13° e l'8° anno consecutivo.

Da Firenze, città che tanto dedica alla settimana arte e alla sua promozione, nonché sede operativa di N.I.C.E., riparte dunque il concorso cinematografico più amato dal pubblico straniero. I film che abbiamo visto nella due città sono gli stessi che si sono contesi il titolo di miglior opera italiana nella tournée statunitense e che ora ha apprezzato il pubblico russo: "Viola di Mare" di Donatella Maiorca, già vincitore del N.I.C.E. - U.S.A. 2009, "La Siciliana Ribelle" di Marco Amenta, "Lezione 21" di Alessandro Baricco, "Pa-ra-da" di Marco Pontecorvo, "EX" di Fausto Brizzi, "Diverso da chi?" di Umberto Carteni e "La casa sulle nuvole" di Claudio Giovannesi.

Il Festival si è aperto con due eventi speciali: la proiezione del film "Fortàpasc" di Marco Risi, regista di fama internazionale le cui opere si distinguono per il grande impegno civile, e del corto d'animazione "Lorenzo Vacirca" di Nico Bonomolo che ha trionfato allo scorso Taormina Film Fest nella sezione corti siciliani.

Per l'occasione è stato assegnato ad uno studente dell'Istituto statale russo di cinematografia VGIK (S.A. Gerasimov - la scuola di cinema più antica del mondo) una borsa di studio del valore di 1.000 euro intitolata ad Alexander Gimelfarb, scienziato in biologia e genetica di San Pietroburgo e grande sostenitore del grande schermo. Anche a San Pietroburgo il Festival è stato particolarmente attivo. Tra gli appuntamenti molto interessante la proiezione di breve filmato di ricordi di Marco Pontecorvo, autore di "Pa-ra-da", dedicato al padre Gillo Pontecorvo, grande regista e sceneggiatore del Novecento.

Alla trasferta russa hanno partecipato i rappresentanti di tre, tra le più importanti case di distribuzione internazionale, quali Fandango, Intramovies e Cinecittà Luce a testimonianza del grande interesse per le opportunità che il mercato russo è in grado di offrire in questo momento.

L'evento non sarebbe stato possibile senza il fondamentale sostegno degli Istituti Italiani di Cultura di Mosca e San Pietroburgo, del Museo del Cinema di Mosca e di San Pietroburgo e grazie allo Sponsor ufficiale Banca Intesa.

PRODOTTI COSMETICI

La certificazione obbligatoria per tutti i prodotti cosmetici ed alimentari in Russia e' stata sostituita dal 15 febbraio scorso da una dichiarazione volontaria di conformita' qualitativa. Questo per due motivi: innanzitutto, per questioni di adeguamento con gli standard europei (per entrare nel WTO e' obbligatorio diminuire le quantita' di merci soggette ad omologazione obbligatoria). Il secondo motivo e' giustificato invece con il tentativo di sconfiggere la corruzione negli organi preposti al controllo: l'omologazione ha perso negli ultimi tempi il suo significato dal momento che i permessi necessari si possono facilmente acquistare. Ci si attende che dopo l'entrata in vigore di questa normativa la percentuale di prodotti la cui omologazione e' obbligatoria diminuisca dal 78 al 54%.

L'entrata in vigore di questa nuova norma del governo russo ha provocato un uragano di critiche inferocite provenienti dalle associazioni a difesa dei consumatori e dalla stampa: tutti sono concordi nell'affermare che questa norma portera' ad un peggioramento della qualita' dei prodotti.

"L'omologazione obbligatoria comportava la presenza di un organo certificante", afferma Nadezda Golovkova, presidente della associazione moscovita per la difesa dei diritti dei consumatori. - "E gia' cosi' un terzo dei prodotti non corrispondeva a quanto dichiarato. Ora il produttore puo' dichiarare praticamente quello che vuole e io presumo che due terzi dei prodotti non corrispondano a quanto riferito nella dichiarazione".

"Occorre credere sulla parola al produttore e sperare nella sua correttezza", - conferma il responsabile dell'ufficio certificazione della "Uralcertificat", Nadezda Bujanova. "Ora potra' svolgere funzione di controllo sul produttore solo il ministero Rospotrebnadzor, le cui verifiche sono pianificate una volta ogni 3 anni. Il produttore, oltretutto, puo' essere soggetto a verifica per la prima volta solo dopo tre anni dall'apertura dell'attivita': per tutto questo periodo sara' praticamente svincolato da qualsiasi controllo".

Se si considera la questione sotto un altro punto di vista, l'introduzione di questa nuova norma non cambiera' radicalmente la situazione esistente. Ditte accreditate presso l'Agenzia Federale per la regolamentazione tecnica e la metrologia rilasceranno le omologazioni alle ditte. Secondo dati riportati sul sito dell'Agenzia, alla data odierna esse ammontano a piu' di 100 nella sola Mosca, mentre in Russia esse ammontano a qualche migliaio. A sentire il direttore della "Rostest", Aleksej Mednikov, la maggior parte di questi uffici sono fittizi e non possiedono ne' centri di prove ne' personale specializzato. La legge prevede che in caso di problemi con la merce omologata la responsabilita' ricada sia sul produttore sia sull'ufficio che ha rilasciato il permesso. Di fatto la responsabilita' verra' tutta addossata al solo produttore.

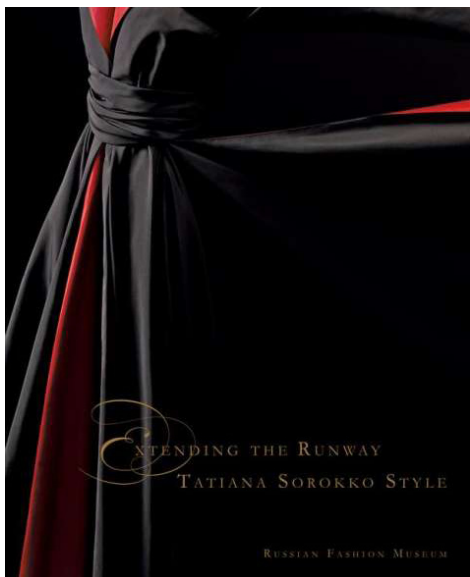
Oltre a questo, la dichiarazione di conformita' dovra' da ora essere supportata da una base di prove quale puo' essere un protocollo delle prove effettuate su di un prodotto. Formalmente le ditte produttrici possono organizzare e registrare dei propri laboratori di ricerca; tuttavia, in Russia la procedura di accreditamento di tali laboratori e' estremamente complessa, ragion per cui non si puo' fare a meno di ricorrere a servizi di intermediari.

"Ambedue le procedure (sia l'omologazione sia la dichiarazione di conformita') sono equivalenti, obiettive e attendibili", - ritiene il vice direttore per la qualita' del gruppo Kalina, Olga Inosemzeva. - "Per il produttore la dichiarazione potrebbe rivelarsi anche piu' severa dal momento che egli e' costretto a prendersi la responsabilita' nera su bianco per la qualita' e la sicurezza dei propri prodotti. Oltre a cio', tutta la produzione di profumi e cosmetici e' sempre soggetta a controlli sanitari ed epidemiologici. Dire che nei negozi saranno esposti prodotti non sicuri e di qualita' scadente non e' esatto: i produttori disonesti avevano anche prima accesso al mercato, dato che agli organi di certificazione presentavano solo qualche campione di prodotti".

Il passo successivo che intraprendera' il governo russo per adeguarsi agli standard europei sara' l'introduzione di severe multe: nuovi emendamenti che potranno entrare in vigore dal 1 aprile, prevedono aumenti per le multe fino a dieci volte. "Noi ragioniamo nel modo seguente: se abbiamo dato la possibilita' agli imprenditori di lavorare piu' liberamente, allora le multe devono essere aumentate di dieci volte; varieranno quindi dai 5000 rubli ai 500.000", riferisce a Forbes il primo vice - premier del governo russo Viktor Zubkov.

In Europa la procedura di immissione di un prodotto sul mercato e' decisamente piu' semplice dal punto di vista burocratico: lo stato rilascia al produttore una fiducia a credito ma se dopo che il prodotto sia stato messo in vendita iniziano dei problemi riguardo alla sua qualita', le multe saranno cosi' salate che potranno far fallire l'azienda. Per questo motivo i produttori stessi hanno tutto l'interesse di mettere in vendita prodotti di qualita'. In Russia, invece, il consumatore medio deve in primo luogo credere solo al proprio naso e ai propri occhi.

TATJANA SOROKKO STYLE



Nei nuovi locali del Museo russo delle arti decorative ed applicate di Mosca, e' avvenuta lo scorso 2 aprile l'apertura della mostra "Extending The Runway: Tatiana Sorokko Style", inserita nel programma delle iniziative curate dal Museo russo della moda.

Tatjana Sorokko e' stata la prima top model sovietica ad aver avuto successo in Occidente: approdata a Parigi nel 1990, venne notata dagli stilisti Saint Laurent e Givenchy, per i quali avrebbe poi sfilato innumerevoli volte nel corso degli anni a seguire.

La mostra espone piu' di 80 vestiti haute couture e accessori appartenenti alla collezione di Tatiana: vestiti creati da nomi leggendari, quali Fortuny, Lanvin, Paquin, Madame Gres, Balmain, Balenciaga, Comme des Garcons, Ungaro, Westwood, Hermes, Patou, Trigere, Azzedine Alaia, Scherrer, Gaultier, Gianfranco Ferre', Ungaro, Yamamoto, Galanos, Ralph Rucci e altri. L'organizzazione e' curata da Dennita Sewell, ex-direttore delle collezioni al Metropolitan Museum of Art di New York, ora responsabile del settore moda al Phoenix Museum of Art.

La mostra, suddivisa in sezioni che percorrono i diversi periodi succedutisi nella biografia di Tatiana, rispecchia sia le sue percezioni dell'alta moda sia il suo stile. E' una collezione molto privata: racconta infatti di come una semplice ragazza sovietica e' diventata una top model in Francia e successivamente una redattrice di Harper's Bazaar negli USA.

Il redattore capo della Harper's Bazaar statunitense, Sig.ra Glenda Bailey, che ha confermato la sua presenza alla mostra di Mosca, e' certa nel dire che "Tatiana e' un esempio da imitare sia per il posto che occupa nella moda sia per il modo in cui guarda la moda. Ecco perche' la mostra "Extending The Runway: Tatiana Sorokko style" non e' solo ammirare un guardaroba di vestiti (per quanto chic essi possano essere) ma e' anche un'occasione d'oro per sbirciare nella storia della moda stessa".

"Tatiana e' una di quelle poche modelle che hanno portato nel mondo della moda una visione personale insieme ad un vento d'indipendenza" ritiene il designer Ralph Rucci. "Il suo stile non e' solo impeccabile: il suo influsso e' percepibile nelle sfere piu' disparate. Lei ha indubbiamente ispirato e influenzato il mio lavoro".

Le date della mostra sono state fissate non a caso nei giorni della 20ª edizione della Russian Fashion Week, che si tenuta a Mosca dal 1 al 6 aprile. Per la mostra organizzata negli USA e' stato realizzato anche un libro, nel quale spiccano le foto e le immagini piu' significative della fashion carriera di Tatiana.

La mostra sara' aperta al pubblico fino al 10 maggio.

SETTIMANA DELLA GIOIELLERIA A MOSCA

Nella galleria moscovita di arte orafa Chiffre di via Kuznetskij Most 3, si e' tenuta dal 3 all'8 marzo, la Settimana della moda orafa. I numerosissimi visitatori convenuti all'evento hanno potuto apprezzare le migliori collezioni orafe di marchi italiani quali Marroni Design, rinomato per il suo stile raffinato sempre in costante ricerca e Vendorafa, celebre per le sue forme essenziali dagli spunti floreali e geometrici.

Alla Settimana dedicata all'arte orafa sono state esposte anche le collezioni del marchio newyorkese Atelier Minyon, nonche' i gioielli in platino e brillanti della tedesca Michael Weggenmann, le ultime novita' del marchio americano Extreme e le perle australiane di Autore. Le linee artigianali che la galleria Chiffre espone con il proprio nome comprendono le collezioni Chiffre-Gravure (gioielli creati con pietre rare e realizzati in pezzi unici), Chiffre-Marine (bracciali con brillanti, orecchini, pendagli e anelli di zaffiri, rubini, smeraldi e brillanti di varie sfumature), Chiffre-Antique (gioielli prodotti con tecniche in uso nella meta del XIX secolo, inizio XX) e Chiffre-Wedding (anelli da fidanzamento o da matrimonio).

Durante l'esposizione, sono state organizzate lezioni tenute da specialisti del settore e rivolte a stilisti, designer e esperti nell'arte orafa: in particolare la giornata del 6 marzo image-maker professionisti di Art Club, una scuola dove le giovani ragazze russe apprendono l'arte delle buone maniere, hanno insegnato al pubblico cosa fare per avere uno stile individuale nella scelta sia dell'abbigliamento come nella gioielleria.

IL FRANCHISING IN RUSSIA

Il franchising, uno dei metodi più usati in Europa di collaborazione commerciale, nella legislazione russa non è, per quanto possa sembrare strano, neppure preso in considerazione: infatti, il codice delle leggi russo prevede, e per giunta circoscritto ad un solo capitolo, la concessione commerciale. Quantunque sia presente un non piccolo numero di imprenditori che si autodefiniscono franchisor, gli esperti del settore ritengono che i franchisor veri e propri ammontino in Russia dalle 250 alle 650 unità, quantità enormemente piccola se si tengono in conto le dimensioni del paese. Ekaterina Soyak, membro del consiglio di amministrazione dell'Associazione russa per il franchising nonché direttore della Exhibition Management Technology Group, ci ha illustrato le peculiarità del franchising in Russia.

Attualmente il segmento del franchising non è regolato in nessun modo: tranne per la presenza dell'Associazione russa del franchising, ma la cui attività è circoscritta solamente ad una funzione informativa e divulgativa: oltretutto, è stata da poco chiusa l'unica rivista specializzata dedicata interamente al franchising, non tanto a causa della crisi economica, quanto per l'allarmante mancanza di notizie da pubblicare. "Tutto è iniziato nel 2003, ricorda Ekaterina. - All'epoca si parlava tanto della necessità di supportare le piccole e medie imprese. Io allora pensai che il franchising era proprio quello ci voleva. All'epoca ero un'esperta nell'organizzare fiere: subito pensai di organizzarne una dedicata al franchising, ma non appena mi dedicai allo sviluppo di questa idea subito incappai nella più completa mancanza di informazioni sulle possibilità di questa forma di collaborazione commerciale in Russia. Insieme alla Camera di Commercio russa abbiamo allora organizzato una serie di conferenze e seminari per il paese. Da quel momento è iniziata la nostra attività, che continua ancora oggi: divulgare e informare sullo strumento del franchising in Russia".

Oggi come allora si considera il franchising come un nuovo prodotto esistente nel mercato dei beni non materiali: in pratica consiste nella concessione dei diritti di commercializzazione e nella consulenza sui metodi di lavoro. È evidente che l'unione di fattori, quali un marchio commerciale già conosciuto, una buona reputazione commerciale e un'efficace struttura organizzativa risulterebbe il business perfetto, specie con un prezzo del prodotto adeguato.

Il diritto d'ingresso, le royalties e i costi da sostenere per il marketing aprono le porte ad una concessione commerciale già testata e affermata. Non bisogna però dimenticare che in caso di adesione al franchising, l'imprenditore non acquista una garanzia di successo, ma la ricetta per raggiungerlo.

Fino al 2008 in Russia si è molto sviluppato il franchising nel commercio al dettaglio, in specie nel retail non alimentare: vestiti, scarpe, giocattoli etc. I pionieri del franchising nella Russia degli anni '90 sono stati Subway, Baskin Robbins e Pizza Hut. Rispetto alla situazione nei paesi occidentali, dove il 30% del totale delle aziende in franchising si occupa delle vendite al dettaglio, in Russia invece questa cifra è quasi il doppio: nella ristorazione si arriva al 20-22% di tutte le aziende in franchising, nella sfera dei servizi al 10-12%. Il franchising industriale è invece molto raro.

La regolamentazione del franchising in Russia è prevista nell'articolo 54 del Codice statale della Federazione russa: molti esperti del settore criticano tutta una serie di condizioni enunciate in questo articolo ritenendo che una regolamentazione severa e non sempre giustificata freni lo sviluppo del franchising stesso. Ad esempio, l'obbligo della registrazione statale dei contratti delle concessioni commerciali ha come conseguenza la dilatazione dei tempi della registrazione stessa, cosa che incide negativamente sull'efficacia economica dell'operazione.

L'articolo 1034 del suddetto Codice riguarda sia l'affiliante sia l'affiliato e stabilisce la responsabilità sussidiaria del detentore dei diritti verso le richieste presentate dall'affiliato; questo articolo scardina quindi uno dei principi del franchising e cioè l'indipendenza dell'affiliante dall'affiliato così come è riducente la condizione per cui l'affiliato ha diritto di siglare un nuovo contratto con il franchisor allo scadere del precedente contratto ma alle stesse condizioni. Ma dopo 5-10 possono essere anche cambiate!

Tuttavia Ekaterina Soyak ritiene che un freno allo sviluppo del franchising non sia data tanto dalla mancanza di una base legislativa, quanto da una carenza nella cultura dell'imprenditoria e dall'assenza di un rispetto verso la proprietà privata in generale e intellettuale in particolare. Esiste infatti anche la pratica del rifiuto da parte del franchisee del pagamento delle royalties: in questo caso le insegne al negozio vengono sì cambiate, ma rimangono in uso tutti i know how acquisiti in precedenza.

Un altro problema è costituito dal fatto che hanno iniziato ad apparire sul mercato russo degli strani franchising "taroccati", che sfruttano marchi commerciali simili fin nei minimi particolari a quelli già esistenti e ben noti. E questo attira comunque il potenziale affiliato ma quando se ne rende conto del "taroccamento" perde ogni fiducia nel franchising in generale.

"Prima di acquistare un franchise di questa o quella azienda, noi consigliamo sempre di chiarire quale sia il tipo di formazione o assistenza che viene fornito prima di aprire l'esercizio e durante la sua conduzione, - spiega Ekaterina

Soyak. – Bisogna ad esempio sempre verificare che il franchisor abbia uno staff di impiegati che si occupino dei propri affiliati. Oppure, e' bene contattare i franchisee gia' operanti e chiedere loro di raccontare la propria esperienza con un determinato franchisor. Se si seguiranno questi piccoli suggerimenti preliminari, l'imprenditore vedra' diminuire notevolmente il rischio di acquistare un franchise tarocco".

Attualmente in Russia il franchising e' usato da molte grandi aziende: alcune di esse, dall'inizio della crisi hanno bloccato lo sviluppo interno, preferendo appunto lo schema del franchising, quali Avangard Expo (marchio tessile della "Belpostel"), la Savage con l'omonimo marchio, l'Expeditia, azienda specializzata nella produzione di articoli per il turismo, e la Persona Group (rete di saloni di coiffeur Persona Lab).

Secondo i dati statistici disponibili, il franchise maggiormente popolare e' quello con un capitale iniziale fino 15.000 usd (43%) o meno di 15.000 usd (34%). Solo il 7% degli intervistati ha dichiarato di preferire il franchise superiore ai 50.000 usd.

La questione dei finanziamenti necessari per accedere al franchising e' tutta da risolvere: il non concedere dilazioni frena lo sviluppo del franchising in Russia ben piu' dell'aspetto legislativo. Nessuna banca russa infatti finanzia operazioni commerciali aventi a che fare con il franchising, seppure esista un programma creditizio apposito che gli imprenditori rifiutano visti i tassi pari al 25- 28%. Oltretutto, le banche pretendono una garanzia o un pegno da parte del franchiser, cosa inaudita in Occidente, dove il franchiser non prende mai su di se' i rischi del franchisee.

Le banche russe considerano il franchising come uno start up, in realta' esso e' tutt'altra storia. Quando il franchiser sceglie il proprio affiliato, lo fa escludendo una miriade di altre persone e controllandone anche la situazione finanziaria, di solito competenza della banca. Il franchising quindi puo' essere considerato tra i progetti commerciali meno rischiosi, anche per le stesse banche.

FIERA DELLA MODA A SAN PIETROBURGO

Si e' tenuta dal 3 al 6 marzo nel centro polifunzionale Peterburskij, in via Gagarin 8, la Fiera internazionale dell'Industria della Moda 2010, fiera dedicata agli operatori dell'industria tessile e leggera, organizzata dal consorzio Farexpo.

La Fiera ha iniziato i suoi lavori il 3 marzo alle 11.00 con un conferenza dal titolo 'Il commercio a nuove condizioni: fornitori, formati, gestione dell'assortimento' e presentata da Andrej Magarik, redattore capo del portale "Rossiskyevy torgovye marki" ("Marchi commerciali russi").

La Fiera il 3 e 4 marzo era aperta solo per gli specialisti del settore, cosa che assicurato agli espositori una platea selezionata e ai giornalisti la possibilita' di rilevare le impressioni dei maggiori specialisti del settore presenti all'evento.

L'avvenimento piu' degno di nota della Fiera e' stato il Forum economico sull'industria della moda, ai cui lavori hanno partecipato piu' di 400 esperti: dirigenti di aziende industriali e catene commerciale, designer, tecnologi e anche professori universitari. Durante il Forum si sono tenute conferenze stampa, seminari, master class e sfilate; tra i piu' seguiti il 4 marzo il seminario Fashion trends dove sono state illustrate le nuove tendenze della stagione autunno-inverno 2010-2011 e sempre lo stesso giorno il seminario su "Come aumentare le vendite in situazioni di calo di redditi degli acquirenti".

Il 5 marzo e' iniziato con il seminario "Gestione di un esercizio commerciale come di un brand di moda", seguito a ruota da altri, intitolati "come valutare il cliente affinche' lui vi valuti a sua volta", "il moderno interfacing nella cucitura patchwork". Il seminario dal titolo "Nuovi metodi di gestione e motivazione del personale in un negozio di tendenza" si e' tenuto invece il 6 marzo.

Alla fiera hanno partecipato diverse nazioni con partecipazioni collettive, tra cui l'Italia (in collaborazione con la casa editrice Ars Arpel Group), la Finlandia e gli altri Paesi scandinavi, la Bulgaria, la Belarus' e la Lituania.

Nell'area italiana, erano esposte le produzioni del consorzio Cotone Moda e di aziende quali Dal Mondo, Egos, Bottonificio Bap spa, Interpiume, Sama spa, Calzelit spa, Vema, Pan Am, Romeo Gigli, Pozzi confezioni, Carniceria Gandolfi, DPM furs, Italian Fashion Agency. I visitatori hanno cosi' potuto apprezzare le nuove collezioni uomo e donna e bambino, intimo, tessile per la casa e accessori.

IN RUSSIA NUOVE NORME SULLE ATTIVITA' COMMERCIALI

Il 1 febbraio scorso e' entrata in vigore la Legge Federale nr. 381 "Le basi della regolazione statale nelle attivita' commerciali della Federazione russa", varata dal Parlamento il 28 dicembre 2009. La Legge regola i rapporti tra gli organi statali e le ditte che si occupano di commercio e di fornitura di merci in Russia. Regola inoltre anche i rapporti tra le ditte e i loro fornitori.

I provvedimenti di questa legge contengono una serie di nuove condizioni che avranno un significato rilevante nel regolare l'attivita' e i rapporti contrattuali tra i retailer (in primis, le grosse reti di distribuzione) e i fornitori (produttori) delle merci.

Ad esempio, la legge limita l'acquisto e l'affitto da parte delle reti di distribuzione di ulteriori unita' commerciali, se la quota di queste reti nel volume di vendita del settore alimentare ammonta a piu' del 25% nel territorio amministrativo preso in considerazione (Regione, Provincia o citta'). Questi limiti entrano in vigore dal 1 febbraio per le reti di distribuzione la cui quota supera il 25% in una Regione. Dal 1 luglio, invece, subiranno tale restrizione quelle reti di distribuzione che raggiungono la quota del 25% nelle Provincie o nelle citta' (tra cui Mosca e Pietroburgo); esse quindi non avranno piu' il diritto di avviare nuovi progetti commerciali, partecipare a gare d'appalto e cosi' via. Verra' considerata nulla ogni operazione condotta in disprezzo delle nuove limitazioni.

La legge fissa anche i termini di pagamento, che ora dipenderanno dalla data di scadenza della merce: un prodotto la cui data di scadenza e' di dieci giorni, dovra' essere pagato entro 10 giorni dalla data del suo acquisto. Per quei prodotti la cui scadenza e' compresa dai 10 ai 30 giorni, il pagamento dovra' essere effettuato entro 30 giorni; per tutti quei prodotti alimentari che si conservano per piu' di 30 giorni il termine di pagamento sara' entro i 45 giorni.

Le nuove disposizioni limitano la possibilita' di includere nei contratti forme di pagamento per i diritti di vendita delle merci nella rete di distribuzione (la pratica di pagare per essere inclusi in una rete di vendita o di distribuzione e' diffusissima), cosi' come per l'immissione nella rete di vendita di nuovi prodotti.

L'entrata in vigore della legge costringera' molti operatori commerciali a rivedere gli schemi standard di interrelazione nella realizzazione di eventi pubblicitari, di marketing o legati allo stimolo delle vendite: ci si aspetta che la legge introduca come norma accordi di fornitura di servizi di marketing o pubblicitari in sostituzione della pratica di pagare bonus o di effettuare sconti nel contratto.



OBUV.MIR KOZHI 2010

La fiera OBUV.MIR KOZHI, tra le piu' importanti manifestazioni della calzatura e pelletteria in Russia, si svolge in 2 edizioni annuali: una in primavera, con la presentazione delle collezioni autunno-inverno mentre ad ottobre vengono presentate le collezioni primavera-estate. L'edizione primaverile del 2010 si e' aperta il 23 marzo per concludersi il 26 marzo, presso il centro espositivo Expocentr, a Mosca.

L'Italia ha partecipato, su una superficie di circa 4.500 mq, con una collettiva organizzata da Fiera di Bologna e ANCI con 200 aziende. L'ufficio ICE di Mosca ha realizzato, insieme ad ANCI, uno spot che va in onda per un mese su un Fashion TV e ha realizzato, a supporto delle aziende italiane presenti, la visita in Fiera di una delegazione selezionata di 16 operatori russi, provenienti da diverse citta' delle regioni russe tra cui Vladivostok, Tomsk, Irkutsk, Stavropol, Rostv-sul-Don, Saratov, Kaliningrad, Perm, Nizhniy Novgorod e Ekaterinburg, per i quali sono stati organizzati gli incontri con gli espositori italiani.

L'ICE ha infine previsto la realizzazione di un Ristorante italiano, esclusivamente riservato agli espositori italiani, che ha distribuito durante tutto l'arco della manifestazione oltre 2500 pasti.

Il mercato russo, negli ultimi sei mesi, ha mostrato segni di forte ripresa, cosa che, invece, non si e' verificata in Europa e Italia. Questa congiuntura positiva porta i russi a spendere di piu', soprattutto per acquistare i prodotti "Made in Italy" che tanto amano. E' il vicepresidente dell'ANCI, Angelo Giannini, a constatare con piacere questa tendenza positiva, che sta favorendo le imprese ferme da tempo interessate al mercato russo. Giannini si e' mostrato soddisfatto anche dei risultati ottenuti dalla sua azienda, che dice: "e' un'ultima arrivata, ma e' riuscita a prendere nuovi clienti", segno che il clima sta cambiando.

NOVITA' DEL MESE



Piquadro S.p.A., la prestigiosa azienda italiana di pelletteria di design per il lavoro e il tempo libero, ha inaugurato il giorno 8 aprile il suo flagship store di Mosca in via Petrovskije Linii, 2. Questa nuova apertura fa parte della strategia di internazionalizzazione del brand e si inserisce in un piano di sviluppo in Russia che ha portato in sei anni all'apertura di sei punti di vendita ad insegna Piquadro nella capitale.

Il 20 marzo Mosca ha assistito alla riapertura della boutique, al momento l'unica in Russia, di **Manolo Blahnik**, nome cult nel mondo delle calzature. I locali si trovano nel centro commerciale Tretyakov Plaza, in via Nikolskaya 10, a due passi dalla Piazza Rossa e dallo scintillante Tretyakovskij proezd. Una boutique simile era già presente a Mosca tempo fa, ma venne chiusa nel 2008. L'azienda BSG Trading, parte del gruppo BSG Luxury Group, ne ha ora rilevato i diritti di esclusiva. La boutique ora espone le collezioni primavera-estate 2010.

Il 12 marzo ha aperto i battenti, sempre nel Tretyakov Plaza, l'esclusiva boutique **Philipp Plein**, unica per ora in Russia e quarta nel mondo, dopo Dubai, Monte Carlo e Vienna. A questo evento era presente anche il fondatore del brand, giunto a Mosca per l'occasione. Alla serata era presente Miss Russia 2010, Irina Antonenko, fasciata in un abito da sera opera dello stilista stesso e illuminata dal diadema di brillanti vinto nel concorso di bellezza. Numerose le celebrità invitate, come i presentatori Tina Kandelaki e Andrej Malakhov, i cantanti Philipp Kirkorov, Timati, Dima Bilan, il pattinatore Evgenyj Plju-shenko, il regista Fedor Bondarchuk, lo stilista Sergey Sverev, il ballerino Andris Liepa, le Paris Hilton di Mosca, Ksenja Sobcak e Masha Malinovskaya, nonché i più importanti capiredattori delle riviste glamour e molti altri. Tutti hanno ammirato la sfilata di abiti di Philipp Plein: le modelle erano, tra l'altro, le finaliste del concorso Miss Russia 2010. La serata è proseguita al Soho Club, uno dei locali più alla moda di Mosca, dove tra un cocktail e un gossip hanno sfilato gli abiti della maison, sempre magicamente indossate dalle finaliste di Miss Russia.

La boutique si estende su uno spazio di 200 mq e presenta tutte le linee creative di Philipp Plein, partendo dalla prima linea Philipp Plein Couture e dalla lussuosa collezione prodotta in Italia di scarpe e borse per arrivare alla ribelle e sensuale linea Philipp Plein Fetish e Philipp Plein Homme, l'ultima nata dedicata all'uomo. Gli interni del negozio sono morbidi nello stile generale del brand: il bianco è il colore dominante, le superfici e le vetrine sono rifinite in pelle bianca a stampo cocodrillo. Molto caratteristiche le pareti a specchio e la profusione di vetri e lampadari di Murano. Elemento centrale degli interni è un enorme cranio in cristalli Swarovski, composto da più di 60 mila pezzi galleggianti di Crystallized Swarovski Elements e fatto a mano da artigiani svizzeri.

L'azienda spagnola **Inditex Group**, uno dei maggiori gruppi di retail mondiale di abbigliamento e rappresentante di marchi come Zara, Bershka, Massimo Dutti, Stradivarius Pull and Bear, Oysho, per citarne solo alcuni, ha aperto il suo primo negozio in Russia con il brand **Uterque** nel centro commerciale moscovita Metropolis. Qui si possono trovare in vendita scarpe, borse, bigiotteria e gioielli, accessori in pelle, senza dimenticare gli occhiali da sole, le cinture, i foulard, i cappelli e gli ombrelli. Ogni due settimane verrà cambiato l'assortimento del negozio. Tutti gli articoli sono allo stesso tempo esclusivi ma anche a buon prezzo. Grande è l'attenzione prestata ai materiali usati e alla loro lavorazione: la pelle nella maggior parte dei casi è prodotta in Italia mentre le scarpe e le cinture sono fatte a mano in Spagna. Per la bigiotteria, in alcuni casi prodotta in pezzi unici, si utilizzano dalle perle di Maiorca a pietre semipreziose e materiali nobili.

Gli interni dei negozi Uterque si rifanno all'atmosfera delle vecchie biblioteche inglesi: gli articoli sono infatti esposti come se fossero dei libri sugli scaffali. Nel centro del negozio trovano spazio tavoli in noce mentre i pavimenti sono di ceramica nera, qua e là coperti da tappeti color argento.

La Inditex aprirà negozi anche a San Pietroburgo nel centro commerciale "Leto" in costruzione tra il Pulkovskoe Shosse e la tangenziale. La Inditex ha già affittato nel "Leto" circa 3.100 mq, dove saranno presenti 4 brand: **Zara, Stradivarius, Pull&Bear e Bershka**. Il contratto d'affitto è previsto per 20 anni.

A Novosibirsk, nel centro commerciale Megas, ha aperto la "**Galleria del vestito d'autore**": si tratta di un fashion project creato per far emergere i più promettenti designer siberiani. Su 80 mq è possibile ammirare i lavori di 12 stilisti locali la cui produzione spazia dagli accessori alla bigiotteria, dai cappelli a vari capi di vestiario, sia classico che giovanile. Il negozio è orientato verso una clientela più che benestante.

L'azienda **Rive Gauche**, specializzata nel retail di articoli di profumeria cosmetica, ha intenzione di sviluppare e incrementare la propria rete di vendita su tutto il territorio russo e pianifica di aprire 30 nuovi negozi nell'anno in corso, di cui la metà a Mosca mentre l'altra metà distribuita nelle varie regioni. Secondo i dati al 1 marzo 2010, da loro forniti, la Rive Gauche conta 115 punti vendita, 44 dei quali si trovano a Pietroburgo, 10 a Mosca, e gli altri nelle principali città delle regioni russe.



L'azienda svedese **H&M**, maggior retailer europeo nell'abbigliamento, prosegue nell'espansione della propria rete di vendita al dettaglio sul mercato russo: il quinto negozio moscovita di H&M verrà aperto a breve (si parla di aprile/maggio) nel centro commerciale Atrium, proprio sul Sadovoye Kalzo', il primo anello detto dei Giardini che percorre circolarmente la città di Mosca. Il punto vendita sarà al piano terra dell'edificio e occuperà una superficie di ca. 1.700 mq.

Anche il marchio tedesco **New Yorker**, uno dei maggiori retailer europei nel vestiario, sta pianificando un rafforzamento delle proprie posizioni commerciali sul mercato di Mosca: infatti, nel centro commerciale MEGA di Khimki si stanno ultimando i preparativi per l'apertura di un nuovo punto vendita. L'azienda è attiva in Russia dal 2005. Il punto vendita principale del marchio si trova nel centro commerciale Okhotnyj Rjad.

Il gruppo finlandese **Stockmann**, uno dei primi retailer internazionali attivi sul mercato russo, ha aperto il quinto store a Mosca nel centro commerciale Zolotoj Vavilon- Rostokino, su Prospekt Mira. Gli altri quattro si trovano, uno nel centro commerciale Metropolis, e gli altri in tre dei quattro MEGA Mall di Mosca. A Pietroburgo, invece, il gruppo sta costruendo sulla Prospettiva Nevskij un proprio centro commerciale chiamato "Nevskij Center" con una superficie di ca. 97.000 mq: ultimata la costruzione del complesso, Stockmann ne occuperà uno spazio di ca. 20.000 mq con un superstore a più piani, mentre il resto verrà dato in affitto.

La ditta **Ile de Beaute**, una delle maggiori catene di profumerie in Russia, ha inaugurato un nuovo punto vendita a Mosca nel centro commerciale Atrium sul Sadovoye Kalzo'. Ile de Beaute al 15 febbraio scorso controllava 117 punti vendita sparsi nelle maggiori città russe, tra cui i 33 negozi a Mosca e 12 a Pietroburgo. Nel loro assortimento si contano più di 200 marchi fra profumi, cosmetici e prodotti di bellezza.

Nel centro commerciale MEGA-Belaja Dacia di Mosca la ditta svedese produttrice di cosmetici **Oriflame**, specializzata nella vendita diretta e su catalogo, ha aperto il primo concept - store in Russia e il secondo al mondo dove è possibile provare e acquistare i nuovi prodotti Oriflame, ma con la differenza che i prezzi saranno gli stessi previsti sul catalogo, senza gli usuali sovrapprezzi applicati nei negozi e dovuti alla catena delle intermediazioni.

Dopo le recenti aperture di Parigi, Londra e New York, **Uniqlo** si prepara a inaugurare in aprile il suo primo store russo, uno spazio di 1.200 mq all'interno dello shopping center Atrium a Mosca.

VENDITE IN CRESCITA PER **ROBERTO CAVALLI** **E SALVATORE FERRAGAMO**

Gli articoli di lusso tornano ad essere richiesti: questo è quanto riporta il quotidiano Vedomosti, secondo cui le vendite delle case di moda Roberto Cavalli e Salvatore Ferragamo sono cresciute di oltre il 20% nei propri negozi monomarca dall'inizio del 2010.

Nel 2009, anno nero per i beni di lusso, le vendite di Roberto Cavalli erano diminuite del 22% rispetto agli anni precedenti, fermandosi a 175 mln di euro. Nel 2010, tuttavia, la società italiana sulle ali di un cauto ma convinto ottimismo prevede un'inversione di tendenza nella dinamica degli acquisti.

Nel quartier generale della Salvatore Ferragamo invece rilevano che, nonostante gli indicatori negativi del primo trimestre, nel complesso il 2009 ha confermato le aspettative del gruppo, grazie alle vendite degli ultimi due mesi. Anche in questo caso nei primi due mesi del 2010 viene sottolineata una crescita degli acquisti, cosa non avvenuta durante il periodo della crisi.

AFFITTI DEGLI UFFICI

La città di Mosca nel 2009 occupava la quarta posizione nella graduatoria delle città con gli affitti per gli uffici più cari al mondo. Il 2010 ha visto Mosca scendere fino al settimo posto della classifica: questo è quanto sintetizzato dalla Cushman& Wakefield, azienda specializzata in servizi di consulenza.

Il primo posto nella classifica delle città con gli affitti più cari al mondo è occupato da Tokio: un ufficio di classe A costa 1.441 euro per mq all'anno. Segue Londra, il cui West End si aggira sui 1.220 euro all'anno. Hong Kong occupa il terzo posto, con i suoi 1.207 euro annuali per mq mentre il prezzo medio degli uffici nella capitale russa si assesta sui 768 euro all'anno per mq.

Gli analisti rilevano che nel 2009 per la prima volta si è registrato una brusca caduta nelle richieste nel business location, accompagnata da una altrettanto brusca caduta dei prezzi a livello mondiale.

Nel gennaio 2010 a Mosca sono stati costruiti oltre 90.000 mq di uffici di buon livello, cifra di due volte inferiore a quella dell'anno precedente (che era di circa 200.000 mq). Secondo analisti del settore, l'offerta generale di uffici classe A, B+ e B- attualmente consiste in 10,787 milioni di mq.

APRILE				
1-6	Mosca, Sala congressi, il Centro del Commercio Mondiale	«Russian Fashion Week»	Abbigliamento, accessori, calzature	http://rfw.ru
6-9	Irkutsk, Centro esposizioni "SibExpoCenter"	«Industry of beauty 2010»	Cosmetici, profumeria	http://ridjey.ru/index.php?view&viid=13145&&filterall
14-17	Volgograd, Sport Centro di sindacati	«Tessile e moda»	Tessuti, industria leggere	http://ridjey.ru/index.php?view&viid=13244&&filterall
15-18	Krasnojarsk, Centro esposizioni "Sibir"	«Costellazione di Orsa 2010»	Industria di bellezza	http://ridjey.ru/index.php?view&viid=13283&&filterall
20-22	Volgograd, Centro esposizioni "Tsarytsino"	«Sport»	Abbigliamento sportive, calzature sportive, accessori	http://expomenu.ru/expo/sport(volgograd)*2010.html
22-24	Mosca, Centro esposizioni "CrocusExpo"	«Intercharm»	Profumeria, cosmetici, accessori	http://ridjey.ru/index.php?view&viid=14256&&filtercity&fcity=1
23-26	Mosca, Centro esposizioni "VTS"	«Shapo 2010»	Pelletteria, pellicceria	http://ridjey.ru/index.php?view&viid=11665&&filtercity&fcity=1
MAGGIO				
13-15	Krasnodar, Centro esposizioni "Krasnodar Expo"	«Spring charm»	Cosmetici, profumeria, apparecchiature per centri benessere e spa	http://expomenu.ru/expo/spring_sharm*2010.html
13-16	San Pietroburgo, Centro esposizioni "Mikhailovsky Manezh"	«NICE Ideal Beauty»	Cosmetici, apparecchiature per centri benessere e spa	http://ridjey.ru/index.php?view&viid=14474&&filterall
18-20	Mosca, "Expocentr"	«Shoes from Italy»	Pelletteria	http://www.expocentr.ru/ru/expocentre/shoes/
18-20	Mosca, Centro esposizioni "Expocentr"	«Le show»	Pelletteria	http://ridjey.ru/index.php?view&viid=13088&&filtercity&fcity=1
27-29	Mosca, Centro esposizioni "Expocentr"	«Jeanshow»	Abbigliamento, calzature per lo sport	http://expomenu.ru/expo/jeans_show*2010.html

Ufficio ICE di Novosibirsk
Krasny prospekt, 29, ufficio 52-53
Tel +7 3832 220229
Fax +7 3832 220229
novosibirsk@ice.it

Ufficio ICE di San Pietroburgo
Teatralnaya ploshad, 10
Tel +7 812 3123216/ 3123356/ 5718396
Fax +7 812 3148082
sanpietroburgo@ice.it

Punto di corrispondenza di Krasnodar
ul.Krasnikh partisan, 489, uff. 507
Tel +7 861 2102595
Tel/Fax +7 861 2102596
icekrasnodar@mail.ru

Punto di corrispondenza di Ekaterinburg
Kuibysheva, 44, uff. 506
Tel +7 3433 596144
Fax +7 3433 596144
iceural@mail.ur.ru

Bielorussia
Punto di corrispondenza di Minsk
Tel +37517 2671665/33164704
Fax +37517 290 48 98
iceminsk@gmail.com

Armenia
Punto di corrispondenza di Erevan
0010 — ul.Italii, 5
Tel +374 10546081
Fax +374 10546082
jerevan@ice.it

Questo numero viene redatto in collaborazione con l'agenzia ICON Communications (Mosca)